

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Berkembangannya teknologi dapat memberikan dampak bagi seluruh aspek kehidupan manusia. Salah satunya menjadikan masyarakat semakin mudah mencari informasi mengenai produk dan melakukan pembelian secara online. Hal tersebut mengakibatkan adanya peningkatan terhadap tren belanja *online*. Saat ini tren belanja online semakin tinggi. Peningkatan belanja *online* yang semakin tinggi berkorelasi positif terhadap permintaan pengiriman barang. Salah satu jasa kurir atau layanan pengiriman barang yang meningkat saat ini yaitu ada J&T Express (Eviani & Hidayat, 2021).

Terdapat 2 layanan pengiriman di Indonesia yaitu ada layanan pengiriman hemat dan reguler. Jasa layanan pengiriman reguler adalah jasa yang menawarkan layanan dengan lengkap, seperti cakupan wilayah yang luas. Namun, biaya yang diberikan cukup mahal. Contohnya: *J&T Express, Shopee Xpress Standard, PosAja, ID Express, Anteraja Reguler, SiCepat REG, Ninja Xpress* dan *JNE Reguler*. Yang kedua ada layanan pengiriman hemat adalah sama sama mengirimkan barang baik dalam kota maupun luar kota dengan harga yang lebih murah. Akan tetapi, jasa layanan ini memiliki rentang waktu lebih lama. Contohnya: *Shopee Xpress Hemat, SiCepat HALU, J&T Economy* dan *Anteraja Economy* (Farah, 2023).

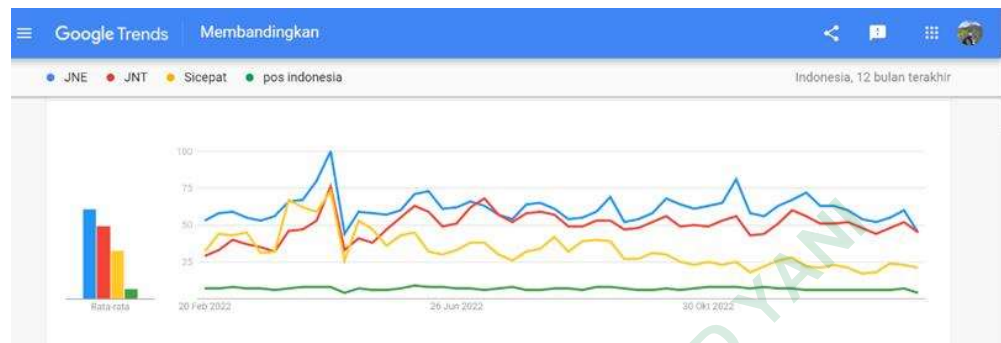


**Gambar 1.1 Alasan Konsumen Menggunakan Jasa Pengiriman Reguler Saat Belanja Online Tahun 2021**

Sumber : *Databoks.katadata.co.id*

Hasil riset Katadata Insight Center (KIC) bersama Sirclo menghasilkan riset yang menunjukkan, konsumen di Indonesia saat berbelanja online lebih memilih menggunakan jasa pengiriman reguler. Konsumen lebih memilih menggunakan jasa pengiriman reguler karena mempertimbangkan ketepatan waktu dengan jumlah 61,8% responden. Kemudian, responden dari sejumlah 48,5% karena harga yang lebih murah. Sejumlah 47,1% karena dapat melihat pergerakan barang yang dikirim. Konsumen mempertimbangkan pengiriman reguler karena jangkauan yang luas dengan jumlah responden 41,5%. Dan konsumen ada yang memilih jasa pengiriman reguler dengan

alasan banyak diskon atau potongan harga gratis ongkir sejumlah 41,4% responden.

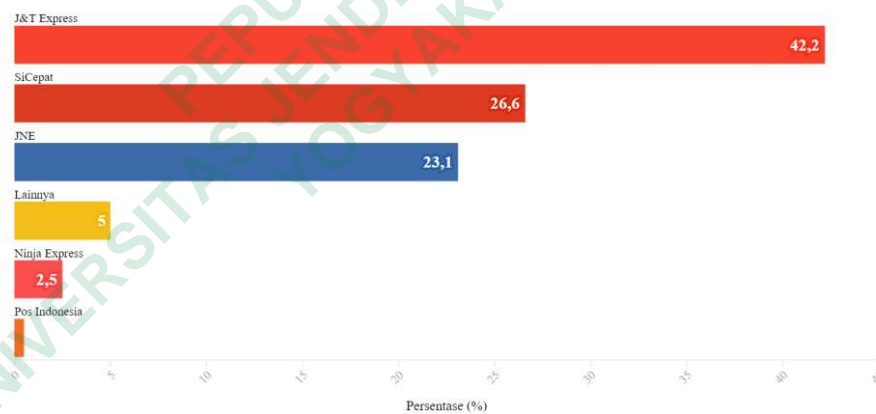


**Gambar 1.2 Jasa Pengiriman Barang Di Indonesia Tahun 2022**

*Sumber : Google Trends 2023*

Pada gambar diagram diatas yang diperoleh dari google trends menunjukkan bahwa urutan pertama sepanjang tahun 2022 ini masih dipimpin oleh JNE, sedangkan jasa pengiriman barang J&T berada di urutan kedua. Urutan ketiga ada sicepat dan urutan keempat diikuti oleh pos indonesia. Pada penelitian ini lebih memilih J&T karena kurang efektifnya kualitas layanan seperti kecepatan pengiriman dan ketepatan waktu pengiriman. Pengiriman yang terjadi pada J&T Express pernah mengalami penurunan dan juga kenaikan karena disebabkan kurangnya kepercayaan terhadap layanan dari J&T Express (Ratna Yunita Dewi & Sri Yanthy Yosepha, 2020). Walaupun J&T Express ini berada pada posisi kedua setelah JNE, perusahaan ini mampu bersaing di pasaran dengan menghadirkan beberapa layanan seperti sistem *pick up* yang memudahkan pelanggan untuk menggunakan jasa pengirimannya, dan juga J&T Express ini terhubung dengan *Shopee Express* pengiriman dari luar negeri.

J&T Express adalah salah satu perusahaan jasa pada layanan pengiriman barang dalam bentuk paket maupun dokumen. J&T Express merupakan salah satu perusahaan penyedia jasa ekspedisi yang sudah menerapkan *information and technology* (IT) dalam upaya menawarkan jasanya, dengan keunggulan yang ditawarkan berbentuk sistem *Pick Up*. Kelebihan ini mempermudah para pelanggan ketika ingin mengirimkan barang tidak perlu susah payah mendatangi kantor J&T. Hanya cukup menghubungi bagian personel J&T melalui *hotline* atau aplikasi berbasis *iOS* dan *android* yang bisa didapatkan melalui *playstore* dan *apple store*, maka petugas pick up akan mendatangi pengirim untuk pengambilan barang.

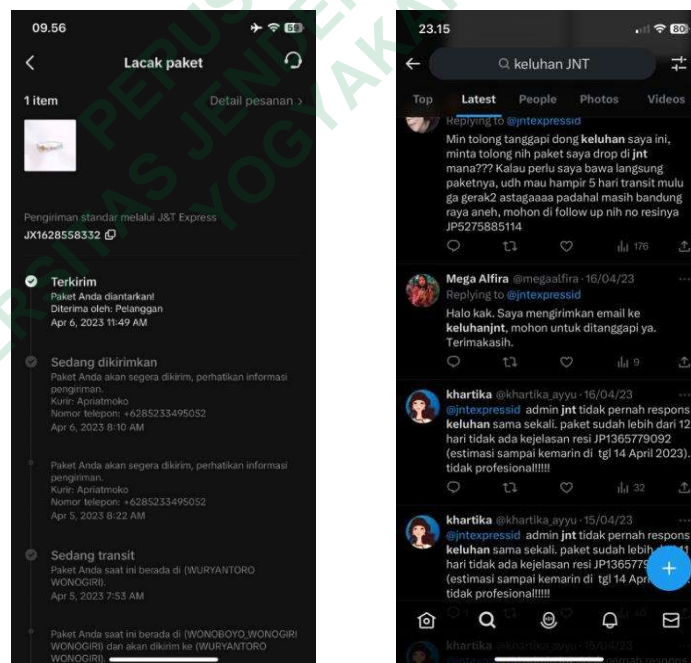


**Gambar 1.3 Jasa Ekspedisi Belanja Online Favorit Konsumen Indonesia**  
*Sumber: Dataindonesia.id*

Jasa layanan J&T Express adalah salah satu perusahaan dengan pengguna yang tinggi, terjadi karena meningkatnya tren belanja online ditengah pandemi. Perusahaan J&T Express didukung teknologi digital yang mumpuni sehingga mampu melakukan *scale-up* bisnis dengan sangat cepat. Kunci utama dalam memberikan *customer experience*

yang memuaskan adalah membaca permintaan pasar dengan tepat. J&T Express baru – baru ini mampu bersaing dengan perusahaan lama yaitu ekspedisi JNE (DataIndonesia.id, 2022).

Selama tahun 2022 perusahaan ekspedisi J&T Express mengalami kenaikan volume pengiriman sampai 40% dengan *average* angka pengiriman paket per hari sebanyak 2,5 juta. Robin Lo merupakan CEO J&T Express menyampaikan, selama tahun 2022 realisasi kinerja perusahaan didorong oleh berkembangnya tren belanja online sehingga kebutuhan dalam pengiriman paket benar-benar meningkat serta sangat luasnya jangkauan pengiriman J&T (Kontan.co.id, 2023).



**Gambar 1.4 Permasalahan Yang di Hadapi J&T**

Permasalahan yang sedang dihadapi J&T pada saat ini adalah kurang efektifnya kualitas layanan seperti kecepatan pengiriman dan

ketepatan waktu pengiriman. Banyak pengguna J&T Express yang menyampaikan keluhannya di *twitter* dan juga menghubungi *customer services* untuk menanyakan paketnya. Kemudian permasalahan perusahaan J&T Express yang lain adalah fasilitas, sarana dan prasarana dikantor cabang serta diterimanya jaminan barang. Faktor tersebut bisa berdampak atau berakibat secara langsung kepada kepuasan konsumen.

Ada beberapa yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yang pertama adalah kepercayaan. Menurut Kolonio & Soepeno (2019) kepercayaan adalah suatu keseriusan dari seseorang terhadap niat dan perilaku yang ditujukan kepada pihak lain. Kepercayaan konsumen dapat diartikan menjadi ekspektasi konsumen karena pemberi jasa bisa diandalkan dan amanah dalam pemenuhan janji.

Faktor yang kedua adalah ketepatan waktu pengiriman. Menurut Eviani & Hidayat (2021) ketepatan waktu merupakan batas waktu ketika seorang pelanggan melakukan pemesanan suatu produk dan sampai pada pelanggan dengan aman dan tepat waktu sesuai yang sudah ditentukan. Ada beberapa indikator ketepatan waktu menurut Eviani & Hidayat (2021) yaitu, jasa pengiriman barang tepat waktu, tepat dalam memastikan waktu, dan tepat dalam menetapkan harga.

Selain ketepatan waktu pengiriman faktor yang sangat penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas layanan. Berdasarkan Uzir et al. (2021) kualitas layanan merupakan hasil dari

cara penilaian dimana pelanggan membandingkan harapan atau keinginannya dengan layanan yang mereka terima. Indikator kualitas layanan yaitu jaminan, empati, daya tanggap, bukti fisik atau berwujud dan keandalan. *Service quality* (Kualitas layanan) bisa dilihat melalui cara dengan membandingkan respon tiap konsumen dari pelayanan yang sudah mereka terima dengan layanan yang diharapkan.

Kepuasan pelanggan merupakan totalitas sikap yang ditunjukkan konsumen setelah mereka menggunakan dan memperoleh barang atau jasanya (Annisa, 2021). Kepuasan pelanggan ini sangat berhubungan langsung dengan layanan jasa kirim ketika pelanggan atau konsumen itu mendapatkan layanan yang tepat waktu dan pelayanannya baik tentunya membuat seorang pelanggan itu percaya terhadap layanan tersebut. Sehingga, seorang pelanggan bisa merasa puas dengan layanan yang diberikan.

Kepuasan pelanggan dari layanan jasa pengiriman tergantung pada kualitas layanan dari kurir pengiriman, nilai layanan yang dirasakan, dan kepercayaan pelanggan terhadap layanan tersebut. Dari kualitas layanan kemungkinan ada 3 hasil yang terkait dengan kepuasan pelanggan yaitu jika layanan yang diberikan jauh di bawah dari ekspektasi, maka seorang pelanggan tidak akan merasakan kepuasan. Sedangkan, apabila layanan yang diberikan sebanding dengan apa yang diharapkan maka seorang pelanggan mendapatkan

kepuasan, dan jika layanan melebihi harapannya maka pelanggan dapat merasakan kepuasan atau merasa senang (Ksatriyani, 2019).

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilaksanakan oleh peneliti Uzir et al. (2021) mengungkapkan bahwa customer satisfaction (kepuasan pelanggan) dipengaruhi oleh kualitas layanan dan kepercayaan. Variabel kepercayaan memediasi variabel kualitas layanan (*Service quality*) dan kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*). Sedangkan menurut Eviani & Hidayat (2021) menunjukkan jika ketepatan waktu pengiriman barang terbukti signifikan dan berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Akan tetapi, dari hasil penelitian atau riset yang sudah dilakukan oleh Anggraeni Sudiono Putri et al. (2020) menunjukkan jika kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan pada kepercayaan pelanggan dan kepuasan pelanggan sedangkan ada ketidaksinifikanan pada kualitas layanan (*service quality*) terhadap kepuasan pelanggan yang dimediasi kepercayaan pelanggan, tetapi berpengaruh positif. Sehingga, dari penelitian tersebut dikatakan bahwa hal ini masih belum konsisten maka perlu diteliti kembali terkait pengaruh dari kualitas layanan (*service quality*) dan ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan yang dimediasi oleh kepercayaan pelanggan.



Dalam jasa pengiriman, kualitas layanan (*service quality*), ketepatan waktu pengiriman, serta kepercayaan pelanggan memiliki peran yang sangat penting. Pada penelitian ini menggunakan variabel mediasi yaitu kepercayaan, karena digunakan untuk melihat pengaruh antara variabel *service quality* (kualitas layanan) dan variabel ketepatan waktu yang merupakan variabel independen terhadap variabel dependen yaitu variabel kepuasan pelanggan. J&T Ekspres sebagai perusahaan jasa, harus bisa menarik dan mempertahankan pelanggan agar puas dengan layanan mereka. Dari penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan layanan pengiriman barang J&T Express agar bisa sebagai perusahaan jasa pengiriman paling unggul dan kesatu di Indonesia. Dan juga agar mampu beradaptasi pada pertumbuhan bisnis *e-commerce*.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang sebelumnya, menarik untuk meneliti J&T yang berada pada posisi kedua setelah ekspedisi JNE. J&T Express berusaha beradaptasi pada pertumbuhan bisnis *e-commerce* yang dinamis dengan memperkuat inti bisnis yang handal di bidang logistik pengiriman Express. Adanya strategi global untuk kedepannya maka J&T Express ini mengeksplorasi peluang pasar di negara berkembang dan mengembangkan layanan pengiriman. Dengan melebarkan sayap berekspansi ke beberapa negara, saat ini menjangkau sampai 13 negara yaitu Vietnam, Thailand Indonesia,

Kamboja, China, Malaysia, Uni Emirat Arab (UEA), Filipina, Meksiko, Singapura, Arab Saudi, Brasil dan Mesir (Indotelko.com, 2023).

Penelitian ini akan meneliti J&T sebagai objek penelitian yang menguji variabel kualitas layanan, ketepatan waktu, kepercayaan, dan kepuasan pelanggan. Sehingga, penelitian dapat bermanfaat bagi perusahaan layanan J&T Express untuk meningkatkan kepuasan konsumennya dan kepercayaan jasa kirimnya dari segi kualitas layanan dan ketepatan waktu pengiriman. Selain itu, hal ini juga dapat digunakan sebagai bahan referensi penyusunan rencana jangka pendek maupun rencana jangka panjang dalam memperbaiki kualitas pelayanan pada J&T Express.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Uzir et al. (2021) mengatakan bahwa kepercayaan memediasi kualitas layanan dengan kepuasan pelanggan. Akan tetapi, pada penelitian ini tidak menguji kualitas layanan terhadap kepercayaan. Sehingga, penelitian ini akan menguji pengaruh langsung kualitas layanan terhadap kepercayaan.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Uzir et al. (2021) mengatakan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada sektor *home delivery service personal*. Penelitian ini akan meneliti pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan pada industri pengiriman berbasis publik (*public delivery service*).

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Uzir et al. (2021) mengatakan bahwa kepercayaan mampu memediasi kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial (*parcial mediation*) pada sektor *home delivery service personal*. Hal ini menjadi pertanyaan besar apakah kepercayaan mampu memediasi secara keseluruhan (*full mediation*) pada industri pengiriman berbasis publik (*public delivery service*). Dengan demikian yang menjadi pertanyaan dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah terdapat pengaruh langsung antara kualitas layanan terhadap kepercayaan pelanggan J&T?
2. Apakah terdapat pengaruh langsung antara kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan J&T?
3. Apakah kepercayaan mampu memediasi hubungan antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan J&T?
4. Apakah terdapat pengaruh langsung antara ketepatan waktu terhadap kepuasan pelanggan J&T?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh langsung antara kualitas layanan terhadap kepercayaan pelanggan J&T.

2. Untuk mengetahui pengaruh langsung antara kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan J&T.
3. Untuk mengetahui bahwa kepercayaan mampu memediasi hubungan antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan J&T.
4. Untuk mengetahui pengaruh langsung antara ketepatan waktu terhadap kepuasan pelanggan J&T.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Pada penelitian ini sangat diharapkan bisa berguna untuk pihak yang membutuhkan atau memerlukan, baik manfaat secara teoritis ataupun secara praktis, diantaranya:

##### **1. Teoritis**

Pada penelitian yang dilakukan ini peneliti berharap untuk bisa menambah pengetahuan tentang faktor apa saja yang mempengaruhi dan menyebabkan kepuasan seorang pelanggan pada perusahaan jasa kirim dan teori mengenai perkembangan ilmu pengetahuan manajemen pemasaran, khususnya berkaitan dengan variabel kualitas layanan, kepercayaan, ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan.

##### **2. Praktis**

Peneliti berharap dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan atau informasi kepada pihak jasa kirim J&T Express untuk meningkatkan kepuasan pelanggannya dan juga menarik para pengguna layanan jasa kirim untuk menggunakan jasa J&T Express.

## 1.5 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian

### 1. Ruang Lingkup Penelitian

#### a. *Service quality* (Kualitas Layanan)

Menurut Uzir et al. (2021) kualitas layanan adalah keunggulan yang dimiliki oleh perusahaan yang diberikan kepada pelanggan untuk memenuhi kebutuhannya sehingga terdapat kepuasan pada pelanggan. Menurut Uzir et al. (2021) ada beberapa dimensi yang wajib diperhatikan dalam kualitas layanan yaitu *tangible* (berwujud), *reliability* (keandalan), *responsive* (ketanggapan), *assurance* (jaminan) dan *empathy* (empati).

#### b. Ketepatan Waktu

Ketepatan waktu merupakan batas waktu pada saat pelanggan melakukan pemesanan suatu produk hingga produk tersebut tiba pada pelanggan dengan aman dan tepat waktu sesuai yang telah ditentukan Eviani & Hidayat (2021) ketepatan waktu pengiriman mempunyai 3 indikator yaitu jasa pengiriman barang yang tepat, menentukan waktu dengan tepat, dan penentuan harga yang tepat (Eviani & Hidayat, 2021).

#### c. Kepercayaan

Menurut Kolonio & Soepeno (2019) kepercayaan adalah suatu keyakinan yang dimiliki seorang konsumen

terhadap perusahaan atau bisnis baik jasa, produk maupun layanan yang dapat dirasakan dan yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen. Indikator kepercayaan konsumen menurut Hair et al. (2021) yaitu ketulusan, kemampuan, integritas, dan *willingness to depend*.

d. Kepuasan pelanggan

Menurut Annisa (2021) kepuasan pelanggan adalah perbedaan dari apa yang diharapkan seorang pelanggan atau konsumen dengan apa yang didapatkan seorang konsumen pada saat menggunakan jasa atau produk tersebut. Ada indikator kepuasan pelanggan menurut Uzir et al. (2021) yaitu harapan yang sesuai dengan kinerja, minat berkunjung kembali, dan bersedia untuk merekomendasikan kepada orang lain.

## 2. Batasan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui atau melihat kepuasan pelanggan pada salah satu perusahaan jasa pengiriman yaitu J&T Express khususnya masyarakat yang sudah pernah memakai jasa kirim J&T Express di Indonesia minimal satu kali baik pria maupun wanita. Pada penelitian ini variabel yang digunakan berfokus pada kualitas layanan dan ketepatan waktu pengiriman (variabel independen), kepuasan pelanggan (variabel dependen) dan variabel kepercayaan pelanggan sebagai variabel mediasi.